**SAE 1.05 / 2024**

**Séance 1 : Présentation SAE et son évaluation.**

1) Mise en situation : Définir le périmètre du projet. (fichier 3)  
2) Dossier de presse environnement édition « maison d’édition ».  
3) Classification des besoins et modes de recueil.(20questions à poser aux clients pour savoir à quoi il veut que son site ineternet ressemble)  
4) Etude du site internet de la maison d’édition : -Les éditions du détour-.  
5) Les utilisateurs de l’application : Site internet.  
-client final, libraire, auteur, distributeur, imprimeur, diffuseur, administrateur du site-  
**Travail à faire :**  
a) Définir les groupes projet "recueil des besoins".  
b) Distinguer les caractéristiques de l’organisation « maison d’édition ».   
c) En vous aidant du dossier de presse, distinguer le micro et le macro-environnement d’une maison d’édition. ( !pestel)  
d) Faire une étude et rédiger un compte rendu sur les fonctionnalités du site de la maison d’édition du détour. (dossier : comment ça fonctionne...)

Site les éditions du détour : [http://editionsdudetour.com](http://editionsdudetour.com/) (à lire)

**Séance non encadré 1 : Interviews, vidéos, et base de données.**

1) Réalisation d’une interview client final et du libraire pour cerner les besoins implicites/explicites à satisfaire dans le cadre de la mise en situation. Réaliser un compte rendu écrit de la visite. Un par étudiant.(20questions)  
2) Visionner les vidéos relative à la structure de l'industrie et au cadre législatif - Vidéos 1 et 2- du marché de l’édition canadien. Faire une synthèse écrite de chacune des vidéos. Une par groupe.  
Le travail est réparti par le chef de projet entre les membres de l’équipe.  
3) Réalisation de la base de données du site internet de la maison d’édition CARIBOU. Une par groupe.

**Séance 2 : Comparaison des sites internet des maisons d'édition "Economica" et "du détour".**

1) Etude du site internet de la maison d’édition : -Economica-. Comparaison avec le site de la maison d’édition « les éditions du détour ».

Site des éditions Economica : [https://www.economica.fr](https://www.economica.fr/)

2) Elaboration d'un questionnaire pour cerner les besoins de l'administrateur du site et celui de l'auteur d'un livre.  
3) Réalisation d’un processus d’achat d’un livre sur un site marchand. Acteurs : client final, vendeur -la fonctionnalité vente sur le site-, distributeur -gestionnaire de stock-.  
4) Réalisation d’un processus de réapprovisionnement des stocks : vendeur, imprimeur, distributeur.  
5) Lister tous les processus susceptibles d’affecter le site internet d’une maison d’édition.

**Travail à faire :**  
a) Présentation du compte rendu de l'interview du client final et du libraire.  
b) Présentation des synthèses relatives à la structure de l'industrie et au cadre législatif - Vidéos 1 et 2-.  
c) Présentation de la base de données du site internet de la maison d'édition CARIBOU. 

**Séance non encadré 2 : Interviews, vidéos, et maquettage.**

1) Visionner les vidéos relatives à la distribution et à la diffusion - Vidéos 3 et 4 - du marché de l’édition canadien. Faire une synthèse écrite de chacune des vidéos. Un par groupe.  
2) Exploitation du questionnaire auprès d'un libraire. Réaliser un compte rendu de ce traitement auprès d'un libraire. Un par étudiant.  
3) Réaliser le maquettage du site internet  de la maison d’édition CARIBOU. Un par groupe.

**Séance 3 : Analyse fonctionnelle et recueil de besoins.**

1) Présentation du diagramme bête à cornes et du diagramme des interactions.  
**Travail à faire :**  
a) Présentation du compte rendu du traitement du questionnaire auprès du libraire.  
b) Présentation des synthèses relatives à la distribution et à la diffusion - Vidéos 3 et 4 -.  
c) Présentation du maquettage de la maison d'édition CARIBOU.

**Séance 4 : Organigramme technique produit, fonctions, et tests unitaires.**

1) L’organigramme technique produit.  
2) Fonctions principales, secondaires, ... : caractéristiques.  
3) Les tests unitaires -préparation des jeux de tests- : achat d’un livre et réapprovisionnement du stock.  
**Travail à faire :**  
a) Réalisation de l'organigramme technique produit de la maison d'édition CARIBOU.  
b) Préparation d'un jeux de données pour le test "achat d'un livre".  
c) Définition d'un scénario de test pour la fonction "achat d'un livre".

**Evaluation :** !!avant le 22 janvier

Sommaire/intro/fonctionnalités/cahier de charges/ conclusion/ annexe

Tableau de repartition de taches

Methodes de travails (processus)

Réalisation pour chaque groupe d'un mémoire relatif aux méthodes et outils de la SAE "recueil de besoins" pour l'élaboration du cahier des charges de la maison d’édition CARIBOU.

Un mémoire doit comporter une introduction, plusieurs parties, et une conclusion.

Chaque étudiant doit rédiger 2 feuilles soit 4 pages.  
Police : Times new roman.  
Taille : 13.

Mentions obligatoires sur le mémoire : Nom et prénom des auteurs ainsi que le groupe de TD.

## Processus de Vente des Livres pour le Site Web de la Maison d’Édition CARIBOU

### Annexe X Schéma Global du Processus de Vente

1. **Auteur :**

* Crée un manuscrit et propose à la maison d’édition CARIBOU.
* Collaborations avec la maison d’édition pour la publication du livre.

1. **Maison d’Édition CARIBOU :**

* Étude et validation du manuscrit.
* Si accepté, gestion de la production et de l’impression du livre.
* Stockage initial des exemplaires dans l’entrepôt.

1. **Vendeur (Site Web CARIBOU) :**

* Présentation des livres et auteurs sur le site web.
* Filtrage et recherche pour faciliter la découverte.
* Commande initiale des librairies partenaires.
* Gestion des commandes des clients finaux.

1. **Client (Lecteur) :**

* Navigation sur le site, recherche, et sélection de livres.
* Ajout au panier, vérification du panier.
* Paiement sécurisé en ligne.
* Réception du livre commandé.

1. **Distributeur :**

* Coordination avec la maison d’édition pour la distribution.
* Gestion du stock dans les points de vente.
* Réapprovisionnement automatique en cas de stocks bas.

1. **Gestion des Retours :**

* En cas d’invendus, gestion des retours de livres.
* Possibilité de réintégrer dans le stock ou remise en production.

1. **Analyse et Rapports :**

* Suivi régulier des ventes, niveaux de stock, et performances du processus.
* Ajustements en fonction des tendances du marché et des retours clients.

### Annexe X : Processus de Vente

1. **Commande Initiale :**

* Les librairies partenaires passent des commandes initiales en fonction de la demande anticipée.
* Commandes effectuées en ligne, par téléphone, ou via un système de gestion des commandes.

1. **Validation de la Commande :**

* L’équipe de la maison d’édition examine et valide les commandes reçues.
* Vérification de la disponibilité des stocks pour chaque titre demandé.

1. **Impression :**

* Une fois validée, transmission des détails de la commande à l’imprimeur.
* Production des exemplaires en respectant les spécifications.

1. **Contrôle Qualité :**

* Réception des exemplaires imprimés par l’imprimeur.
* Vérification/contrôle qualité pour assurer la conformité aux normes.

1. **Stockage Initial :**

* Stockage des exemplaires dans l’entrepôt en attendant d’être distribués.

1. **Distribution :**

* Partage des informations de stock avec le distributeur.
* Logistique pour acheminer les livres vers les points de vente.

1. **Réapprovisionnement Automatique :**

* Surveillance des niveaux de stock dans les points de vente.
* Système automatisé pour déclencher des réapprovisionnements lorsque les stocks atteignent un seuil minimum.

1. **Commandes Récurrentes :**

* Possibilité pour les vendeurs de passer des commandes récurrentes en fonction de la demande continue.
* Processus similaire de validation, d’impression, de contrôle qualité, et de distribution.

1. **Gestion des Retours :**

* En cas d’invendus, gestion des retours de livres.
* Possibilité de réintégrer dans le stock ou remise en production si nécessaire.

1. **Analyse et Rapport :**

* Suivi régulier des ventes, niveaux de stock, et performances du processus.
* Ajustements en fonction des tendances du marché et des retours clients.